

4. Глубоковский Н., проф. Христианское единение и богословское просвещение в православной перспективе // Путь. – № 4, июнь-июль 1926. – С. 139–144.

5. Духовные задачи русской эмиграции // Путь. – № 1, сентябрь 1925. – С. 3–8.

6. Карташёв, А. Церковь и национальность // Путь. – № 44, июль-сентябрь 1934. – С. 3–14.

УДК: 316.77: 007: 070. 446: 796

К.М. Пирогова,

*кандидат филологических наук, доцент
Запорожского национального университета
г. Запорожье, Украина
© К. Пирогова*

СИМВОЛИЗАЦИЯ СПОРТИВНЫХ МАСС-МЕДИА И СПОРТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье анализируются спортивные масс-медиа касательно их символизации. Внимание акцентируется на теоретических исследованиях о символе, природе и значениях. Выделяются разновидности символов, анализируются их значения, смыслы и визуальные представления. Делаются выводы, что с помощью символов спортивные события передаются целостной композицией.

Ключевые слова: спорт, символ, масс-медиа, смысл, знак, аудитория, феномен.

Abstract. The article analyzes the sports media about their symbolization. Attention focuses on theoretical studies about the symbols, nature and meanings. There are diversity of symbols, analyzes their meanings, senses and visual representations. It is concluded that with the help of symbols, sporting events transmitted as a holistic composition.

Keywords: sport, symbol, mass-media, sense, sign, audience, phenomenon.

Символика спортивных масс-медиа является приоритетной основой для качественного и продуктивного восприятия информации. Она способна облегчить понимание и одновременно заинтересовать аудиторию в отборе необходимого раздела, вида спорта или события.

Некоторые символы позволяют мгновенно распознать конкретное обозначение информационных спортивных потоков.

Многочисленные исследования символов, позволяют глубоко изучить их функционирование в литературоведении, этнографии, психологии, других науках. Малоизученными остаются символы в спортивной коммуникационной сфере. Исходя из этого, считаем необходимым акцентировать на этом внимание в статье. Данное исследование позволит вывести общую концепцию символизации масс-медиа, изучить природу символов и их роль при подаче спортивной информации.

Научные материалы, посвященные природе и значениям символов, позволяют сформировать ряд утверждений, которые создают платформу для практического анализа журналистских материалов спортивных медиа. Среди таких источников заслуживает внимания работа Е. Сычевой «Теория символа в рекламе». В свою очередь, она цитирует В.В. Учену, которая обозначает символ как самостоятельную категорию, отличную от метафоры, знака, эмблемы и образа, имеющих глубинные, архетипические корни в истории человеческой культуры [2, с. 63]. Е. Сычева подчеркивает, что использование символа позволяет нам выразительным образом кристаллизовать опорную идею сообщения, управлять значением. Символ позволяет вызывать интерес, сопричастие, он требует интеллектуальной расшифровки. Продуцирование символа происходит не в результате отображения идентичных смыслов, а как элементов, приближающих его к разгадке и одновременно загадке смысла бытия.

Автор утверждает, что символ стремится быть понятым определенной группой людей и стать ценностным ориентиром для этой группы, но с другой стороны, он обладает потенциалом тайны, обращается к каждому конкретному реципиенту, ориентирован на индивидуальное понимание, расшифровку, воздействие [2, с. 67].

Среди украинских исследователей теорию символа разрабатывает О. Москалец. Он характеризует символ через целостное познание символизированного предмета, что позволяет установить комплекс значений и понятий, включая те, которые распространяются на сам предмет. Кроме того, автор утверждает, что наше сознание интегрирует иррациональный сектор сущности символизированного предмета и самого символа. Творческий аспект символа объясняется тем, что процесс символизации для создателя – процесс создания оп-

ределенного художественного образа. Символизация в свою очередь сопровождается познанием и предмета, и самого символа.

Спорт, как особый феномен социальной деятельности, позволяет выделить широкий спектр символов. Они представляют его в разных измерениях, которые для СМИ являются концептуальными. С помощью символов спортивные события передаются как целостная композиция, визуальное представление создается авторами согласно потребностям реципиента.

Первоочередные визуальные символы в спортивных медиа необходимы для освещения *соревновательной деятельности*. Она представлена в СМИ с помощью специальных знаков. Например, турнирная таблица, результаты, очки, призовые места. На сайте <http://www.championat.com> в первой полосе прокрутки прослеживаются цифровые символы, которые обозначают результаты переигровок, раундов, итоговых чемпионатов. Это позволяет акцентировать внимание читателя на важных соревновательных процессах, более того, способствует созданию целостной картины спортивных успехов команд. Символично наполненным в этом аспекте является сайт <http://www.sport.ru>, поскольку позволяет не только визуально принять числовые знаки, но и распознать результаты команды по их вымпелам. Именно в разделе «Турнирные таблицы и результаты» содержится такая символическая коммуникация. При построении и размещении таких символов авторы стараются последовательно размещать их, что и позволяет постепенно ознакомиться с результатами соревнований. Следует учесть еще тот фактор, что нагромождение цифр, обозначений, графических элементов усложняет процесс восприятия деталей первенств, поэтому журналисты и употребляют такую символично-знаковую систему.

Спортивные масс-медиа, в силу стремительности событий в этой сфере общества, стремятся оперативно и объемно подавать необходимую информацию. Это возможно реализовать при использовании символики и интерактивности текста. Символ в этом случае выступает как элемент коммуникативного пространства и объединяет содержание и значение спортивной информации. Подобный синтез наблюдается на сайте <http://www.eurosport.ru>, поскольку в левой полосе располагаются результаты спортивных соревнований. Они приобретают символическую смысловую нагрузку, авторы информируют реципиентов про футбол, хоккей, баскетбол с помощью специальных символов команд. Таким образом, индивидуальные события в спорте

актуальны в целостной системе и одновременно бытуют в социальном пространстве. Кроме того, на сайте возможен выбор команд, за которыми лично хочет наблюдать болельщик. Например, возник интерес к футболу или к Формуле-1, необходимо определить вид спорта в поисковом окне. Одновременно для лучшего визуального отбора высветится символ команды ЦСКА, Барселоны или Реала Мадрида. Такое символическое представление креативно и содержит в себе культурное значение, поскольку определяет собственный мир вида спорта или причастность той или иной команды к определенным товарам, услугам или другим сферам человеческой жизни.

Особое внимание необходимо уделить *символизации специальных событий* в спорте, таких как: Олимпийские игры, чемпионаты, спартакиады, универсиады. Наиболее изученными являются символы Олимпийских игр, которые имеют тысячелетнюю историю использования и соответственно толкования.

Следует отметить, что символы олимпиады прослеживаются в двух направлениях: символы зимних и летних игр, которые эволюционируют каждый год, и символы, используемые Международным олимпийским комитетом для продвижения идеи Олимпийского движения во всём мире (олимпийский огонь, оливковая ветвь, олимпийский салют). Первоочередной анализ символов следует провести относительно зимних и летних игр Олимпиады. Эволюция символов летней Олимпиады начинается с 1896 года, когда в Афинах были возобновлены Олимпийские игры. Символом олимпиад служило мускулистое тело атлетов или изображения города, в котором проходили игры. Так, символом Олимпийских игр 1900 г. в Париже стала Эйфелева башня и ветвь, которая означала силуэт женщины-спортсменки. Яркий пример мужского силуэта как символа прослеживается в период проведения игр в Париже 1924 года. Главным ракурсом символизации в атрибутике выбран троичный, что создает эффект массовости и масштабности события.

Синтез символов, используемых Олимпийским комитетом, и символов для специальных ежегодных соревнований, прослеживается в 1928 году. Во время проведения игр в Амстердаме используются символы: оливковая ветвь, флаг страны и образ-символ спортсмена. Подобная тенденция использования таких символов наблюдается до 1932 г. Впервые в этом году проведения Олимпийских игр используются практически все символы Международного олимпийского комитета – олимпийские кольца, оливковая ветвь и лозунг «Быстрее,

выше, сильнее». Кроме того, они объединяются с символами страны и города проведения мероприятия (флаг Лос-Анджелеса в форме вымпела). Такое визуальное и дизайнерское решение содержательно представляет символы именно этих Олимпийских игр. Минимализм в использовании символов прослеживается в период с 1952 по 2012 гг. Главным символом выступают олимпийские кольца, и некое абстрактное изображение дополняет их в общей атрибутике. На протяжении существования Олимпийских игр существуют талисманы, которые выбираются для оживления и символизации. Например, это могут быть две капли из Болтона по имени Венлок и Мандевиль (летние игры в Лондоне 2012 г.) или официальными талисманами организаторы Олимпиады в Пекине 2008 года сделали Детей удачи. Согласно китайской философии, Детей удачи пятеро: Бэй-Бэй, Цзин-Цзин, Хуань-Хуань, Ин-Ин и Ни-Ни. Они изображают соответственно рыбу, большую панду, олимпийский огонь, тибетскую антилопу и ласточку. Это позволяет во время игр организовать перформенс и подтвердить символические аспекты проведения Олимпиады.

Художественную и культурную составляющую спортивных масс-медиа подтверждают **символы телесных форм**, которые позволяют визуально идентифицировать определённые виды спорта. Чаще всего такие символы прослеживаются на фотографиях, которые подбираются для освещения определенных событий. Журналисты акцентируют внимание на эмоциональном содержании таких снимков, но все же есть и символы постоянные, статичные. Например, на сайте <http://www.eurosport.ru> для представления главных спортивных событий подбирается символ телесной формы футболиста – символ победы (указательный и средний палец в форме «V») или объятий в форме круга. Но нет более ярких символов, чем мимические символы разочарования/победы или движения спортсменов.

Символы телесных форм встречаются на сайте <http://www.sport-express.ru>, они подсвечиваются разными цветами. При их активации они интегрируются в таблицу, информируя реципиента о результате состязания. Например, символ хоккеиста с клюшкой подсвечивается зеленым цветом и выбирая его, можно ознакомиться с результатами последних матчей.

В спортивных масс-медиа могут прослеживаться **символы для обсуждений и комментариев** или ознакомления с последними новостями в определенном виде спорта. В последнем случае чаще используются графические формы таких символов, что позволяет быстрее и

эффективнее находить необходимую информацию. Например, на сайте <http://www.championat.com> в рубрике «Новости» используются такие символы для обозначения новостей: в футболе – символ в виде мяча, хоккее – шайба, теннисе – шарик, внутри которого извилистая линия, баскетболе – мяч с графическим узором, автоспорте – гоночный шлем, боксе – в боксерская перчатка, волейболе – волейбольный мяч, а также символы для обозначения другой информации. Такое авторское решение символизации, позволяет постоянным читателям сайта ознакомиться с заранее выбранной информацией, а новым – визуально закрепить идентификацию новости в виде спорта и символа.

Относительно символов для обсуждений и комментариев следует отметить, что они имеют разнообразные представления. На таких сайтах как <http://www.sport-express.ru> и <http://www.championat.com> для обратной связи используется символ прямоугольник со стрелкой.

Отдельной разновидностью символов являются интерактивные символы для ставок в определённых играх. Для такой коммуникации в спортивных масс-медиа отведены специальные рубрики. Например, на сайте <http://www.championat.com> имеются рубрики «Букмекерский рейтинг», «Конкурс прогнозов», в которых существуют символы букмекерских контор.

Отдельная составляющая символизации спортивной деятельности принадлежит символам, которые позволяют отличать спортивный стиль и имидж команд или спортсменов. В этой категории символов следует сказать про рекламные и профессиональные символы в стиле спортсмена. Символизация прослеживается и в стиле спортивных работников, спортивного актива, художников, тренеров, медперсонала.

Необходимо выделить и профессиональные символы, среди которых: символы международных спортивных объединений, символы спартакиад, символы Олимпийских игр. Отдельной разновидностью этой группы символов могут быть символы, которые представлены в нагрудных знаках, вымпелах, медалях, значках, кубках.

Символизация сферы спорта – это широчайшая платформа для научной деятельности, поскольку она охватывает не только ориентир на масс-медиа, но и на символы, которые прослеживаются в других спортивных отраслях. Обозначенные объекты и предметы будут проанализированы и представлены в последующих научных трудах.

Таким образом, спортивные медиа и спортивная сфера в целом представляют широкий спектр символов, которые характеризуются информативностью, интерактивностью, несут историческое значение

или инновационный характер. Их можно разделить на две группы: символы, которые встречаются и используются в средствах массовой информации и символы профессиональной деятельности или направленности. К первой группе принадлежат: символы соревновательной деятельности, символы специальных событий, символы телесных форм, символы для обсуждений и комментариев, интерактивные символы. Ко второй – символы международных спортивных объединений, спартакиад, Олимпийских игр та символы, которые представлены в нагрудных знаках, вымпелах, медалях, значках, кубках.

Литература:

1. Москалец О. Про особливості пізнання художнього символу / О. Москалец // Філософська думка. – 2000. – № 3. – С. 98–118.
2. Сычева Е.С. Теория символа в рекламе / Е.С. Сычева // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2006. – № 6. – С. 63–67.
3. Тодоров Ц. Теория символа / Ц. Тодоров. – М.: Дом интеллектуальной книги, 1999. – 384 с.
4. Фадеева И.Е. Символ в культурной коммуникации / И.Е. Фадеева // Человек. – 2004. – № 6. – С. 6–13.

УДК 070

Н.В. Раджабова,
старший преподаватель
Дагестанского гуманитарного института
г. Махачкала, Россия
© Н. Раджабова

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ ПЕЧАТНЫЕ ИЗДАНИЯ ДАГЕСТАНА

Аннотация. Автор рассматривает историю отечественной журналистики и показывает, что ее деятели, всегда ставили перед собой как основную задачу – просвещение народа. Анализ дагестанской прессы, в частности, таких газет, как «Джаридат Дагестан», позволил показать их роль в пропаганде мусульманских идей просвещения. Исследование затрагивает современную печатную продукцию просветительского характера, представленную такими газетами, как: «Ас-салам», «Нурул Ислам», «Исламский вестник». Автор показыва-